

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1 .	
Badania w medioznawstwie sportowym	11
1. Prasa sportowa	11
2. Radio i sport	15
3. Telewizja i sport	19
4. Film i sport	22
5. Reklama i sport	25
6. Marketing sportowy	28
7. Public relations w sporcie	33
8. Sportowe social media	36
9. E-sport	39
10. Dziennikarstwo sportowe	43
11. Sportowa edukacja medialna	47
Rozdział 2 .	
Metodologia jakościowa w medioznawstwie sportowym	52
1. Współczesne definicje sportu	52
2. Pojęcie medioznawstwa sportowego	57
3. Filozofia badań jakościowych	62
4. Grupy audytoryjne i profesjonalne	66
5. Metody jakościowe a dziennikarstwo	69
6. Wyjątkowość metody wywiadu pogłębionego	73
7. Raport z badań jakościowych	77
8. Praca dyplomowa z wykorzystaniem metod jakościowych	82

Spis treści

Rozdział 3.

Praktyka badań sportowych grup audytoryjnych i profesjonalnych	88
1. Kompetencje medialne a sport	88
2. Nowe zachowania audytorów sportowych	95
3. Przemiany dziennikarstwa sportowego	98
4. Nietypowe zawody sportowo-medialne	100
5. Motywacje i obowiązki zawodowe	103
6. Technologie medialne w sporcie	106
7. Prezentacje sportu w mediach	108
Zakończenie.....	111
Bibliografia.....	115